



Bárceñas Sánchez, Víctor Manuel (2015).

El diseño. Aproximaciones conceptuales para entender el diseño en el Siglo XXI.

p. 35-43

En:

Aproximaciones conceptuales para entender el Diseño en el Siglo XXI / Marco Vinicio Ferruzca Navarro [et al.] coordinador. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, 2015.

Fuente: ISBN 978-607-28-0467-8

Universidad
Autónoma
Metropolitana
Casa abierta al tiempo **Azcapotzalco**



<https://www.azc.uam.mx/>

<https://www.cyad.online/uam/>

<http://investigacionyconocimiento.azc.uam.mx/>

Repositorio Institucional



"Preservar con amor y cariño el saber"

<http://zaloamati.azc.uam.mx>



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como

Atribución-NoComercial-SinDerivadas

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

D.R. © 2015. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco. Se autoriza copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato, siempre y cuando se den los créditos de manera adecuada, no puede hacer uso del material con propósitos comerciales, si remezcla, transforma o crea a partir del material, no podrá distribuir el material modificado. Para cualquier otro uso, se requiere autorización expresa de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco.

El diseño. Aproximaciones conceptuales para entender el diseño en el siglo XXI

Introducción

Ante la pregunta inicial que nos hacemos los diseñadores: ¿qué es el diseño?, la respuesta inmediata nos lleva a contestarla de distintas maneras: una actividad humana encargada de producir objetos, productos, procesos e imágenes mediante la representación de formas cuya finalidad es garantizar la realización de actividades de las personas. El diseño como un conjunto de saberes y conocimientos que garantizan y legitiman la realización de un profesionista que cumple con ciertos servicios útiles y necesarios a la sociedad. El diseño como una actividad particular del pensamiento, para mirar y estar en la sociedad, para intervenir sobre los objetos y productos mediante su actividad proyectual o compositiva. El diseño no es sólo una actividad teórica, entendida ésta como una práctica contemplativa y abstracta sobre el mundo.

Esta reflexión está dirigida a explicar, a pensar acerca de su hacer en la producción y el consumo de objetos, procesos y productos del diseño. Mediante su intervención, los diseñadores colaboran en la transformación y modificación de los entornos, humanizándolos, por medio de la acción en el proyecto o de la composición de formas en la naturaleza. La actividad proyectual en el diseño se encuentra ubicada en una zona intermedia entre la actividad teórica y la práctica, entre su hacer presente y sus posibilidades de realización en el futuro; es el ámbito de su práctica la más significativa, creativa e inventiva en el quehacer de los diseñadores. Éstas son algunas respuestas dadas repentinamente, pero repensar la pregunta con mayor seriedad y profundidad conlleva la consideración del diseño desde una perspectiva moderna en la historia de su disciplina, dada su reciente aparición que no sobrepasa los 40 o 50 años; muy reciente, si consideramos que la biología y la psicología lo hicieron desde el siglo

XIX, y la física moderna desde la segunda década del XX.¹ Repensar el diseño desde otros campos del conocimiento como puede ser el de la filosofía de las ciencias y de su fenomenología sería de gran utilidad para trazar su ruta epistemológica, como el reconocimiento de su objeto de estudio, la naturaleza de su discurso, o su especificidad y su forma de abordarlo.

El interés de este trabajo es acercarnos a entender el diseño desde sus dos objetivos fundamentales, eligiendo para ello un campo propio de la teoría del conocimiento. El primero como el sujeto de conocimiento, como sustantivo, como la construcción de su ser, como su contenido de forma lógica independiente a toda expresión histórica; son éstos, sus componentes humanos corporales, los que constituyen un conocimiento axiomático que precede a toda experiencia, en tanto lo ubican y legitiman como sus condiciones de verdad.

El segundo objetivo se refiere al diseño en tanto conocimiento de su objeto de estudio, como predicado, para reconocer sus propiedades, características y su objeto de interés. Una pregunta paralela que nos formulamos en el desarrollo de este trabajo es: ¿dónde ubicar los orígenes del diseño? Éstos se ubican en dos fuentes. La primera de tipo lógica, que se reproduce permanentemente como condición biológica cultural, contenida en el material humano de la especie en general, en la reproducción constante de la población y, con ello, del concepto de “necesidad” como condición, resultado de la apetencia o del deseo existente en un contexto de inexistencia o carencia de objetos y productos de diseño. La necesidad sólo puede ser satisfecha como condición de posibilidad mediante el satisfactor o satisfactores diseñados o producidos, en tanto respondan a prácticas humanas naturales-biológicas, psicológicas y culturales. Si partimos de su origen, el objeto o producto surge de necesidades y éstas no son producto del azar o de la casualidad, sino de una lógica de causalidades, de intencionalidades buscadas, de voluntades, y de una actividad racional justificada entre el mundo de las necesidades y el de los satisfactores posibles, es eso lo que está en la base del origen del diseño. La segunda fuente es de tipo histórica, acompaña a la evolución biogenética y filogenética del hombre y sus modos de relacionarse con la naturaleza. Es claro que los orígenes del diseño se pierden en la prehistoria. El diseño como sustantivo, como nombre

El diseño como sustantivo o nombre se refiere a las condiciones que definen su naturaleza, sus peculiaridades natas o innatas; es decir, tanto al ser como al modo de

¹ Ver William Coleman, *La biología en el siglo XIX, problemas de forma, función y transformación*, México, Breviarios del FCE, 1983; y Barbara Lovett Cline, *Los creadores de la nueva física*, México, Breviarios del FCE, 1992.

ser del diseño, constituyen los conceptos y principios esenciales² del diseño, y conforman el núcleo básico de toda la historia de su pensamiento desde sus orígenes hasta la actualidad. Estos conceptos o principios forman parte del contenido humano biológico existente en todos los diseñadores, y constituyen el lenguaje propio del diseño. Los principios de espacialidad, temporalidad y forma-figura son sólo algunos de estos contenidos inherentes, que corresponden a nuestra intuición humana, mismos que intentaremos desarrollar.

Espacialidad

La espacialidad es un concepto, un sentido interno, es un contenido corporal humano existente sólo de forma, de orden lógico, independiente de toda experiencia o determinación histórica, como el sentido de ubicación-ubicuidad (la idea necesaria y abstracta de ubicarnos, independiente de la noción de atrás, adelante, a los lados, arriba o abajo), el de extensión (la idea de ocupar un lugar mediante su masa independientemente del tipo de material, dimensiones y propiedades que tenga), y el de sentirnos adentro de “algo” (el feto humano seguramente tiene algún contenido respecto al sitio donde se encuentra y a su forma de alimentarse, sin que lo haya aprendido previamente). Estos principios existen como intuiciones, como sensaciones primeras de lo que entendemos por espacio, algo inherente no aprendido, lo que Immanuel Kant señalaría como “los primeros principios *a priori* de la posibilidad de la experiencia”, son “los conceptos puros del entendimiento”.

En su *Crítica de la razón pura*, Kant señala: El espacio no es un concepto empírico extraído de experiencias externas[...] El espacio es una necesaria representación *a priori* que sirve de base a todas las intuiciones externas[...] En efecto, ante todo sólo podemos representarnos un espacio único. Cuando se habla de muchos espacios, no se entienden por tales sino partes del mismo espacio único. Estas partes tampoco pueden preceder al espacio único y omnicomprensivo como si fueran, por así decirlo, elementos de lo que se compondría, sino que solamente pueden ser pensados dentro de él. El espacio es esencialmente uno. Su multiplicidad y, por tanto, también el con-

² Entendemos por “esencia” al nombre que le damos a la acción o al acto de ser, el ser en tanto que ejercido. A la esencia podemos considerarla en forma abstracta y necesaria y, por lo tanto, como lo inmóvil, lo estático; o en forma concreta, como lo dinámico.

cepto de universal de espacio, surge tan sólo al limitarlo. De ahí se sigue que todos los conceptos del espacio tienen como base una intuición *a priori*, no una empírica.³

Este precepto del espacio se encuentra funcionando como un código, para hacer posible toda experiencia humana futura, primero, para producir una percepción externa como “espacio subjetivo”, después, proyectándolo al exterior hacia el “espacio público”, como el “espacio objetivo”. Denominamos espacio subjetivo al campo de acción de las representaciones individuales, en el que intervienen contenidos emocionales, sentimientos, afectos, creencias, prejuicios, ideologías, intereses y deseos individuales, estableciéndose así el punto de vista del sujeto, sus opiniones personales.

La sensibilidad para la producción de una experiencia estética radica como precepto en este campo de la subjetividad. Es en este espacio subjetivo en el que reside toda la complejidad y riqueza contenida en la información y datos sensibles con la que los órganos de los sentidos serán activados para producir esta experiencia subjetiva e individual; y con ello, transferirlos posteriormente al exterior, mediante el sentido externo, donde las subjetividades se conectan unas con otras, produciendo el “espacio intersubjetivo”. Dicho espacio es representado empíricamente mediante los fenómenos de la percepción, la imaginación -producida por la asociación-transformación- y la apercepción; es decir, la percepción realizada mediante la conciencia empírica, producto de la experiencia *a posteriori*. Finalmente, para producir el espacio objetivo, que es el espacio no prejuiciado y verificable por diferentes sujetos.

Temporalidad

El tiempo es la forma de nuestro sentido interno, esto es, de intuirnos a nosotros mismos, por lo que no es más que la condición subjetiva de nuestro psiquismo. El tiempo no tiene condición de existencia material física en sí mismo, ya que sólo posee realidad intuitiva e inherente, por lo que podemos representarnos esta forma *a priori* o previa a todos los objetos. Por lo tanto, afirma Kant que el tiempo: [...] no se refiere ni a una figura ni a una posición, [...] sino que determina la relación entre las representaciones existentes en nuestro estado interior, [...] intentamos enjugar tal déficit por medio de analogías y nos representamos la secuencia temporal acudiendo a una línea que progresa hasta el infinito, una línea en la que la multiplicidad forma una serie unidimensional. De ella deducimos todas las propiedades del tiempo, excepto

³ Ver Immanuel Kant, *Crítica de la razón pura*, México, Taurus, pp. 68 y 69, 2006.

una, a saber, que las partes de la línea son simultáneas, mientras que las del tiempo son siempre sucesivas.⁴

En consecuencia, el tiempo no es más que una condición subjetiva de nuestra intuición humana, que es siempre sensible en la medida en que somos afectados por objetos, y fuera de la mirada del sujeto, el tiempo no es nada. Al ser siempre sensible nuestra intuición, no puede darse en nuestra experiencia ningún objeto que no esté sometido a la condición del tiempo, a su memoria y a su conciencia; es decir, a su historia. El tiempo, por lo tanto, es la “percepción” de un observador en cuanto a darse cuenta, a tomar conciencia del movimiento, el cambio, las variaciones, las discontinuidades, las permanencias, las continuidades, las regularidades, las causas y efectos, los antecedentes y consecuentes; es decir, de sus representaciones *a posteriori* de estas percepciones del sentido externo.

Forma-figura

La forma se nos presenta como algo inaprensible, subjetivo, polisémico, es un constructo mental, es un precepto o noción abstracta inicial en tanto prescinde de toda condición material física. Corresponde también a un sentido interno, como contenido corporal humano, y es inherente porque precede a toda experiencia. Al igual que el lenguaje, la forma en sí misma no incluye ninguna dimensión histórica, es sólo sincronía y estructura; es puro orden lógico, dado por componentes y relaciones entre estos elementos con el todo o sistema. La forma funciona más en virtud de su naturaleza simbólica, pues tiene una tendencia por “atomizar” y “mecanizar” la historia. El tiempo no es el factor de su evolución; es más bien su marco. La razón de sus cambios se encuentra, por una parte, en la naturaleza de los elementos que la componen y, por la otra, en las relaciones de la estructura existente entre ellos. La diacronía queda explicada en tanta sucesión de sincronías. En efecto, la interpretación simbolista del diseño tiende a situar la historia en un terreno trascendental, místico e impersonal. El sentido interno lógico de la forma es percibido u observado por un sujeto que construye una experiencia individual, que corresponde con una representación aparente, sensible y subjetiva, para finalmente constituir la forma diacrónica, que se mueve y se despliega en el tiempo y en el conjunto de las determinaciones de la vida cotidiana del sujeto.

⁴ *Ibidem*, p. 77.

El diseño como predicado

El diseño como predicado se refiere al conocimiento de su objeto de estudio, a sus propiedades, cualidades, naturaleza y especificidad de su objeto de interés. Su objeto de estudio se ubica en la producción de la relación del conocimiento entre la valoración del cuerpo humano (material humano) y su experiencia con respecto a los objetos, productos e imágenes del diseño (objeto técnico material). El cuerpo humano es percibido como cuerpo social, grupo, comunidad e imaginario colectivo. Por ello, es necesario partir del análisis del objeto técnico-económico-material, físicamente producido, para desplazarse al objeto intangible-inteligible, metafísicamente construido, desde la perspectiva de la ciencia de la cultura, la hermenéutica y la filosofía, entre otras, en las cuales radican sus fundamentos o conocimientos esenciales, sustanciales, la razón profunda de ser del diseño.

El diseño es entendido en la actualidad como un conocimiento disciplinario, como un campo profesional, como ciencia de la inter y la transdisciplina que desde el ámbito universitario y el de los nuevos enfoques construidos en torno de los paradigmas del siglo XXI ha surgido con la emergencia de las ciencias ambientales-ecológicas, de las ciencias de la información, la nanotecnología, la física cuántica, el postestructuralismo, así como en el derrumbe de los grandes metadiscursos como fueron la teoría y el método científico; todo ello, hizo posible definir el diseño como un conjunto de saberes, conocimientos, métodos y procedimientos, instrumentos, habilidades, capacidades y aptitudes ordenados, organizados y jerarquizados social e históricamente. El conocimiento del diseño como construcción social y cultural no ha significado siempre lo mismo, es resultado de una permanente transformación, tanto de su construcción lógica, atendiendo a su forma discursiva teórica, como de su construcción histórica, explicada por su acción práctica.

En el diseño estamos ante una disciplina particular respecto a otros campos disciplinarios existentes, pues su producción en principio es oficio, una práctica artesanal, un acto humano *poiético* que tiene que ver con la producción de objetos útiles y necesarios para la sociedad, pero realizados con eficiencia por parte del experto o especialista, quien tiene que desarrollar estas capacidades y habilidades del pensamiento acerca del hacer. No se trata sólo de contemplar, definir, clasificar, ordenar y organizar el mundo, sino de ubicar y formular problemas para poder intervenirlos, modificarlos y transformarlos mediante la acción proyectual y la composición de formas en la sociedad. El diseño como oficio tiene que ver con manipular, operar, intervenir es-

estructuras, ordenarlas y sistematizarlas desde un nivel subatómico, atómico, molecular, celular, psicológico, social, cultural y espiritual en los distintos niveles de la vida, lo que exige un conocimiento diferenciado en relación con su nivel de intervención. Por lo que cada nivel de organización constituye sistemas de complejidad distintos acerca de la producción del conocimiento en la intervención de las formas proyectadas. El hombre es considerado un ser meta-biológico, pero al mismo tiempo, un ser evidentemente cultural y espiritual.

La “complejidad” desde el punto de vista científico, se refiere al número de estados posibles y equivalentes que tiene un sistema afectado por la entropía (el segundo principio de la termodinámica, vuelto un principio de desorden con Boltzmann). En principio, la idea de complejidad incluye la imperfección porque incorpora la incertidumbre y el reconocimiento de lo irreducible. El sistema de relaciones complejas que el diseño enfrenta, hace necesaria una estrategia de organización del conocimiento del hombre y de lo humano, para ello se considera el diseño como una ciencia de la transdisciplina que pasa por el reconocimiento del conocimiento científico (paradigma científico), tecnológico (paradigma técnico) y humanístico (paradigma estético), para construir con ello un “campo del conocimiento unificado del diseño”.

A manera de conclusiones

El diseño es un producto humano que atiende a una sociedad —en la actualidad más compleja y diversa en la información y la comunicación— que requiere interconectarse con todos los campos del saber, desde sus supuestos formales y funcionales, hasta sus determinaciones externas como lo social, económico, ideológico, cultural y espiritual.

El diseño es una disciplina constituida en distintos campos del conocimiento: epistemológico (pensar), ontológico (ser) y poiético (hacer), utilizados en la actividad proyectual para producir, configurar estructuras de significación contenidas en las formas de los objetos, productos y procesos para la satisfacción de necesidades, cuya finalidad es mejorar las condiciones del ser en el mundo.

El sistema complejo de objetos del diseño es, por tanto, una estrategia de conocimiento surgida de una explicación fenomenológica, y de una crítica de la economía política dada por la incapacidad del objeto y de su producto para explicarse a sí mismo como la naturaleza sustancial de su campo, ya que para

serlo tiene que explicarlo hacia el exterior de su propia disciplina; es decir, dirigir relaciones de conocimiento entre la experiencia del fenómeno propio del diseño y sus condiciones objetivas del conocimiento social, económico y cultural de su contexto, para finalmente regresar a su propia disciplina y fundar en ella conceptos y principios propios del diseño. La fenomenología aparece entonces como la teoría o la ciencia de los fenómenos empíricos humanos respecto al producto, objeto o imagen del diseño.

El acto de diseñar, de proyectar, es una actividad humana teórica acerca de una práctica manual-operativa que nos lleva a producir objetos técnicos, materiales útiles y necesarios para la vida humana. Los productos no son sólo objetos materiales físicamente⁵ producidos, sino también objetos metafísicos⁶ explicados por procesos cognitivos más o menos complejos. La producción de los objetos físicos y metafísicos sólo se concreta cuando se “consuman” como realización de valor; es decir, en el momento en que el objeto satisface plena y absolutamente los objetivos y finalidades para los cuales fue proyectado o diseñado, esto es, en el momento en que los sujetos entran en contacto, interactuando con el objeto, utilizándolo, habitándolo o comunicándolo. La materialización de la idea-concepto empieza con los procesos de prefiguración y configuración de la forma, en su transformación de energía a materia o a procesos a través de la intervención en el proyecto y de su representación planimétrica, volumétrica y la modelación para transitar a los procesos constructivos-económicos en los cuales intervienen diversas técnicas y métodos, que tienen la finalidad de intervenir sobre la realidad física, transformándola e interviniendo en ella.

Referencias

- Benveniste, É., *Problemas de lingüística general*, Madrid, España, Siglo XXI Editores, 1999.
 Kant, I., *Crítica de la razón pura*, México, Taurus, 2006.
 Margolin, V., *Las políticas de lo artificial*, México, Designio, 2005.
 Martínez Marzosa, F., *Releer a Kant*, Madrid, España, Anthropos, 1989.

⁵ Objetos físicos: damos cuenta de la existencia del objeto mediante la experiencia sensible percibida del objeto a través de sus cualidades y propiedades contenidas en el material con el que se ha construido.

⁶ Objetos metafísicos: son abordados por el campo filosófico de una metafísica u ontología que da cuenta de la existencia del objeto mediante la construcción cognitiva del concepto, independientemente de la experiencia.

Piaget, J. y Rolando García, *Psicogénesis e historia de la ciencia*, México, Siglo XXI Editores, 2004.

Piaget, J., *La epistemología del espacio*, Buenos Aires, El Ateneo, 1971.